

DURÉE ET DATES
2 JOURS - 14 HEURES
FORMATION SUR MESURE
> DATES A DÉTERMINER
...

BUREAUTIQUE INFORMATIQUE DIGITAL

RÉSEAUX SOCIAUX, ORGANISER LE COMMUNITY MANAGEMENT //

Contact Inscriptions

Catherine
Guyon
06.64.19.28.27
c.guyon@nievre.cci.fr

TARIFS

Sur mesure

NOUS CONSULTER

Le Campus by CCI Nièvre
74, Rue Faidherbe - 58000 NEVERS
E-mail : formation@nievre.cci.fr
Site Internet : nievre.cci.fr



RESEAUX SOCIAUX, ORGANISER LE COMMUNITY MANAGEMENT

PUBLIC

Toute personne ayant en charge l'animation des réseaux sociaux de son entreprise.

PRÉREQUIS

Connaissance et pratique de base de la communication sur internet.

OBJECTIFS

Comprendre les spécificités des différents réseaux sociaux et leurs avantages

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

-Concevoir et déployer une stratégie de présence et d'influence de son entreprise sur les réseaux sociaux

Définir une ligne éditoriale pour son entreprise et gérer les contenus publiés

Gérer sa communauté

PROGRAMME

Les différents réseaux sociaux

- les principaux
- les réseaux professionnels
- les réseaux sociaux de niche

Être présent sur les réseaux sociaux

- assurer une présence concrète
- rôle du community manager
- définir une stratégie

Mettre en place une veille dynamique

- pourquoi ?
- avec quels outils ?

Déployer une stratégie de contenu

- définir ses objectifs
- savoir gérer sa communauté

MÉTHODES ET SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

Alternance d'apports théoriques et d'ateliers pratiques. Échanges d'expérience.
Un support de cours est remis au stagiaire.

ANIMATEUR

Cette formation est assurée par un spécialiste du domaine avec une expérience significative en entreprise et de pédagogie en formation

Nos formateurs sont sélectionnés et référencés selon un processus Qualité

SUIVI ET ÉVALUATION

Une attestation d'assiduité, une copie de la feuille d'émargement, un questionnaire de satisfaction ainsi qu'un questionnaire d'auto-évaluation pour mesurer l'atteinte des objectifs de la formation sont remis aux stagiaires en fin de journée.

Mettre en place une stratégie d'influence

- pourquoi ?
- comment identifier les influenceurs ?

Évaluer le retour sur investissement

- quels indicateurs ?
- comprendre les données fournies

Matrice TOMSTER de stratégie de communication sur les réseaux sociaux